



فصلنامه مدیریت عملیات

سال دوم، شماره ۶، تابستان ۱۴۰۱

## تأثیر آموزش کارآفرینی مبتنی بر عمل بر رفتار کارآفرینانه با توجه به نقش

### میانجی قصد کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۱۹

مژده قنبری\*

مریم رحمتی\*\*

#### چکیده:

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی مبتنی بر عمل بر رفتار کارآفرینانه با توجه به نقش میانجی قصد کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه می‌باشد. روش پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها پیمایشی - توصیفی از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در مراکز رشد دانشگاه فردوسی مشهد است که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و بر اساس جدول مورگان، تعداد ۲۰۰ نفر به عنوان نمونه آماری پژوهش انتخاب شده‌اند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش عبارت از چهار پرسشنامه جهت‌گیری کارآفرینانه بولتون و لین (۲۰۱۲)، قصد کارآفرینی لینان و چن (۲۰۰۹)، رفتار کارآفرینانه اسشمیدت و همکاران (۲۰۱۸) و آموزش کارآفرینی بوبکر و همکاران (۲۰۲۲) می‌باشد. ضریب آلفای کرونباخ برای هر سه پرسشنامه مورد تأیید واقع شد و برای روایی محتوایی پرسشنامه از شاخص CVR استفاده شده است. داده‌ها به وسیله نرم‌افزار SPSS<sup>25</sup> و Smart PLS<sup>3</sup> با استفاده از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل شده است و نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که از میان مؤلفه‌های موجود جهت‌گیری کارآفرینانه نه تنها بر رفتار کارآفرینانه تأثیر مثبت و مستقیم دارد بلکه رابطه میان آموزش کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه را نیز میانجی‌گری می‌کند در صورتی که قصد کارآفرینی این تأثیر را بر رفتار کارآفرینانه نداشته و به دنبال آن رابطه میان آموزش کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه را نیز میانجی‌گری نمی‌کند.

**کلیدواژه‌ها:** رفتار کارآفرینانه، آموزش کارآفرینانه، قصد کارآفرینانه، جهت‌گیری کارآفرینانه.

\* کارشناسی ارشد، رشته کارآفرینی، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران mojde.ghanbari7071@gmail.com

\*\* نویسنده مسئول، استادیار گروه مدیریت، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران. Rahmaty.Maryam61@gmail.com

## ۱- مقدمه

کارآفرینی فرآیندی است که در آن فرد دارای ایده و فکر جدید با بسیج منابع از طریق فرآیند ایجاد کسب و کار که توأم با مخاطره مالی، اجتماعی و حیثیتی است، محصول و خدمت جدیدی به بازار عرضه می‌کند (بارانی و همکاران، ۲۰۱۰). در گستره هزاره جدید، آموزش کسب و کار و فرهنگ کارآفرینانه راهکارهای ارزشمندی برای ایجاد تفکر کارآفرینی و ایجاد اشتغال دانش‌آموختگان آموزش عالی است (احمدی کافشانی و ناظمی، ۲۰۱۴). با این حال، ارتقای کارآفرینی با آموزش همواره با چالش همراه بوده و تحقیقات مرتبط به آن هنوز در مرحله اکتشاف است. رفتار کارآفرینی زیر مجموعه از فعالیت‌های کارآفرینی است که با درک، پیش‌بینی و تأثیر بر رفتار انسان، در رشد و پایداری سازمان‌ها در محیط پیچیده نقش دارد (مک آدام و کینینگهام<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹). رفتارهای کارآفرینی در چند دهه گذشته بطور چشم‌گیری افزایش یافته است و میتوان آن را به عنوان یک عامل مهم در توسعه کارآفرینی مورد تأکید قرار داد (راتود<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۲). این رفتارها به عنوان یک مهارت عملیاتی شده، ترکیبی از خصوصیات و صفات فردی می‌باشد (پوجا<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۴). همانطور که ایجاد یک شغل نیازمند زمان، برنامه‌ریزی و تا حد زیادی پردازش داده است، پس ایجاد رفتار کارآفرینانه مستلزم آموزشی می‌باشد که می‌تواند نوعی رفتار برنامه‌ریزی شده تلقی شود. در این زمینه آموزش کارآفرینانه را می‌توان به عنوان پیش درآمد و عاملی مؤثر بر قصد کارآفرینانه و یا تصمیم برای کارآفرین بودن و خلق یک کار جدید قلمداد کرد (بویکر<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۲۲). مطالعات پیشینه در حوزه کارآفرینی نشان داده است که بیشتر محققان توجه خود را به فرآیند راه‌اندازی کسب و کار (مرحله بعد از تصمیم‌گیری) معطوف ساخته‌اند و از مرحله تصمیم‌گیری غفلت ورزیده‌اند. در حالی که برخی از محققان بیان کردند که

---

<sup>1</sup> McAdam and Cunningham

<sup>2</sup> Rathod

<sup>3</sup> Pooja

<sup>4</sup> Boubker

قصد کارآفرینی نقش مهمی در تصمیم گیری برای شروع فعالیت جدید کارآفرینی ایفا می کند (باربا و آتینزا<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸؛ بوبکر و همکاران، ۲۰۲۲؛ ساپتونو<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۲۱؛ میگوئل<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۲۱). از این رو قصد کارآفرینی به عنوان حالت ذهنی که توجه و اقدام فرد را به سمت خوداشتغالی برخلاف اشتغال سازمانی هدایت می کند تلقی می شود (پنا<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۲۰). اولین قدم در روند راه اندازی یک تجارت و مهمترین عامل مورد مطالعه در ایجاد سازمان قصد کارآفرینی است (فریرا<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۲). همچنین اعتقاد بر این است که قصد کارآفرینی قبل از هر چیز رفتار کارآفرینی است و یک پیش بینی کننده قابل اعتماد کارآفرینی محسوب می شود (ملور<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۰۹). با بررسی مطالعات حاضر مشخص گردید که تحقیقات در ارتباط جهت گیری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینی و رفتار کارآفرینی متفاوت بوده اند؛ نینه<sup>۷</sup> (۲۰۱۹) بیان کرده که هوشیاری کارآفرینی در اهداف کارآفرینی تأثیرگذار است و این مسئله منجر به رفتار کارآفرینی خواهد گردید. همچنین پیوا<sup>۸</sup> (۲۰۱۸) ادعا کرده است که جهت گیری کارآفرینانه بر رفتارهای اختصاصی کارآفرینان مؤثر است و موجب ریسک پذیری و پیشرو بودن فرد می شود. محققانی مانند یی<sup>۹</sup> (۲۰۲۱) بیان کرده اند قصد کارآفرینی تأثیر مثبتی بر رفتار کارآفرینی دارد و پشتیبانی کارآفرینی دانشگاه همراه با پشتیبانی نهادهای خارجی دارای نقش واسطه ای کلیدی می باشند. امامی (۱۳۹۸) نگرش کارآفرینان به خلق ارزش و خودباوری بر عمل اثرگذار است اما هنجارهای اجتماعی که از پیش نیازهای مهم قصد هستند تأثیری بر اقدام به خلق ارزش نداشتند و در مجموع تأثیر خودباوری کارآفرینانه بر ادراکات مربوط به رفتارهای برنامه ریزی نسبت به میل به

---

<sup>1</sup> Barba and Atienza

<sup>2</sup> Saptono

<sup>3</sup> Miguel

<sup>4</sup> Peña

<sup>5</sup> Ferreira

<sup>6</sup> Mellor

<sup>7</sup> Neneh

<sup>8</sup> Piva

<sup>9</sup> Yi

ارزیابی کارآفرینانه بیشتر است. در پژوهش گیوری<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۰) نگرش‌های شخص، هنجارهای ذهنی و مهارت‌های کارآفرینی فرد بر قصد کارآفرینی مؤثر است و قصد کارآفرینی به صورت مستقیم بر رفتار کارآفرینی تأثیر دارد.

پارک‌های علم و فناوری با توجه به برخورداری از توانایی‌های بالا برای کشف و شناسایی فرصت‌های کارآفرینی، شرایطی را فراهم کرده‌اند تا با ایجاد شرکت‌های مختلفی، زمینه را برای کشف و تشخیص این فرصت‌ها مهیا کنند. شرکت‌های دانش‌بنیان، شرکت‌های خصوصی یا تعاونی هستند که به منظور افزایش علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی و تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان تشکیل می‌شوند. شرکت‌های دانش‌بنیان، باعث ایجاد رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال، متناسب با ظرفیت‌های نوآوری را فراهم می‌آورند. بدین معنی که دستاوردهای تحقیق و توسعه به طور پیوسته از طریق سرمایه‌گذاری به محصول، فرآیند و یا سیستم‌های نوین تبدیل می‌شود و دسترسی به ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری برای کارآفرینان و پژوهشگران عامل مهمی در ایجاد، نوآوری و بهره‌برداری از توان فناوری در اقتصاد ملی است. شرکت‌های دانش‌بنیان در موضوع دانش، نوآوری، مهارت و یادگیری مستمر، نقش مهمی ایفا می‌کنند. عوامل مختلفی بر رشد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر دارند. این عوامل با توجه به ماهیت شرکت‌های دانش‌بنیان متفاوت از سایر شرکت‌ها هستند. دانش فنی، نیروی انسانی متخصص، حمایت مؤثر دولت در ابتدای تشکیل این قبیل شرکت‌ها از اهم عوامل مؤثر بر توسعه آنها به شمار می‌آیند. این شرکت‌ها توانمندی ویژه‌ای برای رشد سریع دارند. فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان به عنوان موتور توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه مطرح بوده و به عنوان منشاء اصلی اشتغال‌زایی و تسهیل محیط کارآفرینی برشمرده شده است و دارای پتانسیل تسریع در خلاقیت، نوآوری و گشایش فرصت‌های تجاری-سازي نوین به شمار می‌روند. وضعیت اقتصادی و ترکیب جمعیتی امروز، ما را نیازمند

---

<sup>۱</sup> Gieure

یافتن راهکارهایی در صحنه‌ی اقتصادی می‌کند و در این راستا داشتن الگوها و راهکارهای مناسب برای آموزش، تربیت و استفاده بهینه از نیروی فعال و کارآفرین در جوامع و برنامه‌هایی برای تشویق افراد به کارآفرین شدن و شناخت عوامل و فرآیندهای تصمیم‌سازی که منجر به کارآفرین شدن آنها می‌شود، ضروری است. لذا سؤال اصلی پژوهش حاضر چنین بیان می‌شود که تأثیر کارآفرینی مبتنی بر عمل بر رفتار کارآفرینانه با توجه به نقش میانجی قصد کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه چگونه است؟

## ۲- پیشینه پژوهش

ضمیر خورسندی و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی تحت عنوان مدل‌سازی ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه ایران انجام دادند. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و روش اجرای آن همبستگی می‌باشد. نمونه آماری شامل ۳۸۴ نفر از مدیران و کارشناسان نهادهای مالی و سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه توزیع و داده‌های پرسشنامه با روش تحلیل عاملی تاییدی بررسی و براساس آنها فرضیه‌های اصلی و فرعی تحقیق تجزیه و تحلیل و در نهایت مدل نهایی تحقیق طراحی و همچنین راهکارهای اجرایی و عملیاتی برای ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه کشور ارائه گردید.

جامه بزرگی و میگون پوری (۱۴۰۰) در پژوهشی تحت عنوان فرهنگ اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی، پیشران توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی یافته‌های خود را اینگونه بیان کردند که جامعه آماری تعداد ۴۴ نفر از فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران هستند که در حوزه کارآفرینی اجتماعی فعالیت داشته‌اند. نتایج نشان داد فرهنگ اکوسیستم کارآفرینانه دانشگاهی می‌تواند به عنوان فضا و بستری برای توسعه کارآفرینی اجتماعی عمل نماید. ابعاد مختلف فرهنگ اکوسیستم، پیشران‌های توسعه کارآفرینی اجتماعی تلقی می‌شوند. بعد فردی با ایجاد انگیزه، اعتماد بنفس و شناسایی فرصت‌ها، بعد سازمانی با همکاری تیمی، برنامه‌ریزی و رفتار شهروندی، بعد آموزشی با کیفیت بخشی به آموزش و محتوی‌سازی مناسب، بعد کسب و کار با ریسک‌پذیری، خلاقیت،

فرصت‌سازی و بعد پژوهشی با کیفیت بخشی به پژوهش فناورانه و با خلق ارزش اجتماعی به توسعه کارآفرینی اجتماعی کمک می‌نماید.

گنجعلی و باقری مجد (۱۳۹۹) پژوهشی تحت عنوان تاثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینی با میانجی‌گری قصد کارآفرینی در دانشجویان مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان انجام دادند. روش پژوهش حاضر بر حسب هدف کاربردی و برحسب گردآوری اطلاعات توصیفی-همبستگی بوده است که در جامعه دانشجویان تحصیلات تکمیلی مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان با نمونه ۲۶۰ نفری بر اساس تصادفی ساده اجرا شده است. روش تجزیه و تحلیل با استفاده از نرم افزار لیزرل انجام شده است. نتایج نشان داد که جهت‌گیری کارآفرینانه فردی به صورت مستقیم و غیرمستقیم از طریق قصد کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه مؤثر است. همچنین قصد کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه به صورت مستقیم مؤثر بود. میتوان گفت ارزش‌های ریسک‌پذیری، فعال بودن و نوآوری در کنار قصد کارآفرینی نقش سازنده در رفتار کارآفرینانه خواهند شد. به نوعی در تحرک و ایجاد رفتار کارآفرینی دانشجویان، نگرش‌ها و شخصیت فرد به همراه هدف معین نقش سازنده دارد.

امامی (۱۳۹۸) به بررسی علل تأثیرگذار در انتقال قصد به عمل در خلق ارزش کارآفرینانه پرداختند. روش پژوهش از منظر هدف، کاربردی و برحسب روش گردآوری اطلاعات، پیمایشی-کمی است که به صورت طولی انجام شده است. نمونه تحقیق شامل ۲۱۳ نفر است که با روش نمونه‌گیری مرحله‌ای و منظم به دست آمده است. روابط بین پیامد و علل نیز با استفاده از روش معادلات ساختاری مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج نشان داد که نگرش کارآفرینان به خلق ارزش و خودباوری بر عمل اثرگذار است اما هنجارهای اجتماعی که از پیش نیازهای مهم قصد هستند تأثیری بر اقدام به خلق ارزش نداشتند و در مجموع تأثیر خودباوری کارآفرینانه بر ادراکات مربوط به رفتارهای برنامه-ریزی نسبت به میل به ارزیابی کارآفرینانه بیشتر است.

قناعتی و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی تحت عنوان تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی سبزوار انجام دادند. این پژوهش از نوع کاربردی و از نظر ماهیت گردآوری داده‌ها، روش تحقیق تمام آزمایشی طرح پیش‌آزمون و پس‌آزمون با گروه کنترل و آزمایش است. جامعه آماری دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی سبزوار بود که در کارگاه آموزش کارآفرینی ثبت‌نام کرده بودند که با استفاده از جدول کوهن و منابع موجود حجم هر گروه بر اساس روش تصادفی طبقه‌ای بیست نفر در نظر گرفته شد. نتایج پژوهش نشان داد که آموزش کارآفرینی در افزایش باور دانشجویان به کارآمدی خود در تبدیل شدن به کارآفرین تأثیر مثبتی داشته است. با در نظر گرفتن تأثیرات مثبت آموزش کارآفرینی و اهمیت این مقوله پیشنهاد می‌شود واحد درسی کارآفرینی در برنامه درسی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گنجانده شود. نائیجی و ابراهیمی (۱۳۹۶) پژوهشی تحت عنوان بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر دستگاه فکری کارآفرینانه: نقش میانجی خلاقیت و هوشیاری کارآفرینانه انجام دادند. جامعه آماری این پژوهش، مدیران ارشد ۱۴۰ شرکت راهبردی کشور است که از این میان، ۱۰۵ شرکت به عنوان نمونه مورد بررسی قرار گرفته‌اند. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار لیزرل استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که آموزش کارآفرینی و خلاقیت بر دستگاه فکری کارآفرینانه بی‌تأثیر است، اما آموزش کارآفرینی بر خلاقیت و هوشیاری تأثیر دارد. همچنین، هوشیاری نقش میانجی را در رابطه‌ی آموزش کارآفرینی و دستگاه فکری کارآفرینانه ایفا می‌کند.

صفری جعفرلو و همکاران (۱۳۹۶) پژوهشی تحت عنوان مدل‌یابی تأثیر هوش معنوی و نگرش به کارآفرینی، بر قصد کارآفرینی در دانشجویان علوم ورزشی انجام دادند. جامعه آماری متشکل از تمامی دانشجویان علوم ورزشی استان فارس برابر با ۶۸۰ نفر بود که با لحاظ شرایط لازم برای انجام مدل‌سازی، تعداد نمونه ۲۲۰ نفر در نظر گرفته شد. نتایج این پژوهش نشان داد که هوش معنوی به صورت مستقیم و غیرمستقیم

از طریق نگرش به کارآفرینی اثر مثبت بر قصد کارآفرینی دارد. همچنین، مدل تأثیر هوش معنوی و نگرش به کارآفرینی، بر قصد کارآفرینی در بین دانشجویان علوم ورزشی از برازش قابل قبولی برخوردار بود. مدل این پژوهش می‌تواند به عنوان دستورکاری برای توسعه کارآفرینی، تدوین محتوا، سرفصل‌های موردنیاز برای تدریس و بهبود نگرش و قصد کارآفرینی در رشته علوم ورزشی، استفاده شود.

رضائی و همکاران (۱۳۹۵) پژوهشی تحت عنوان عامل‌های تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد کشاورزی دانشگاه زنجان با تأکید بر اثر میانجی نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه انجام دادند. جامعه آماری پژوهش شامل ۴۸۹ نفر از دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده کشاورزی دانشگاه زنجان در سال تحصیلی ۹۴-۹۵ تشکیل دادند. نمونه پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای ۲۲۰ نفر انتخاب شد. نتایج نشان داد که دو متغیر کنترل رفتاری درک شده و هنجارهای ذهنی اثر مثبت و معنی‌داری بر قصد کارآفرینانه دانشجویان داشتند.

مردانشاهی و آقاجانی (۱۳۹۴) پژوهشی تحت عنوان نقش آموزش کارآفرینی بر افزایش خلاقیت دانشجویان انجام دادند. نمونه پژوهش شامل ۲۵ نفر از اعضای یک کلاس انتخاب شد. نتایج نشان داد که سلامت فکری، رویاپردازی و خلاقیت گروه تجربی در پس آزمون و بعد از آموزش کارآفرینی افزایش یافته است، در حالی که در گروه کنترل افزایش نداشته است. اما عمل‌گرایی گروه تجربی در پس آزمون و بعد از آموزش کارآفرینی افزایش نیافته است. با توجه به نتایج پژوهش مبنی بر بهبود و افزایش ویژگی‌های سلامت فکری، رویاپردازی و خلاقیت و عدم تغییر در ویژگی عمل‌گرایی و نیز مشخص بودن اثر آموزش بر تقویت خلاقیت و زیر مجموعه‌های آن بازنگری و برنامه‌ریزی‌های نوین آموزشی مبتنی بر عمل‌گرایی ضروری است.

بی (۲۰۲۱) پژوهشی تحت عنوان از نیات کارآفرینی سبز تا رفتارهای کارآفرینانه سبز: نقش حمایت از کارآفرینی دانشگاه و حمایت نهادی خارجی انجام دادند. نمونه مورد بررسی ۵۸۶ نفر از فارغ‌التحصیلان دانشگاهی از دو دانشگاه منتخب



در چین بوده است. اطلاعات جمع‌آوری شده با استفاده از روش معادلات ساختاری انجام شده است. نتایج تحقیق نشان داد که قصد کارآفرینی تأثیر مثبتی بر رفتار کارآفرینی دارد و پشتیبانی کارآفرینی دانشگاه همراه با پشتیبانی نهادهای خارجی دارای نقش واسطه‌ای کلیدی می‌باشند.

گیوری و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی فرآیند کارآفرینی: پیوند بین نیات و رفتار پرداختند و نشان دادند که نگرش‌های شخص، هنجارهای ذهنی و مهارت-های کارآفرینی فرد بر قصد کارآفرینی مؤثر است و قصد کارآفرینی به صورت مستقیم بر رفتار کارآفرینی تأثیر دارد.

نینه (۲۰۱۹) در پژوهش خود تحت عنوان از هوشیاری کارآفرینانه تا رفتار کارآفرینانه: نقش رقابت صفت و شخصیت فعال بیان کرده است که هوشیاری کارآفرینی در اهداف کارآفرینی تأثیرگذار است و این مسئله منجر به رفتار کارآفرینی خواهد گردید.

همچنین پیوا (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان رفتارهای تخصیص زمان کارآفرینان: تأثیر جهت‌گیری کارآفرینی فردی ادعا کرده است که جهت‌گیری کارآفرینانه بر رفتارهای اختصاصی کارآفرینان مؤثر است و موجب ریسک‌پذیری و پیشرو بودن فرد می‌شود.

دویودی و ویراواردنا<sup>۱</sup> (۲۰۱۸) پژوهشی تحت عنوان مفهوم‌سازی و بهره‌برداری ساختار کارآفرینی اجتماعی انجام دادند. این پژوهش یک تحقیق کیفی بود که از نظریه امکان‌گرایی نوظهور استفاده می‌کند و رفتار کارآفرینی را در موقعیت‌های محدود به منبع در نظر می‌گیرد. بعد از مورد پژوهش قرار دادن ۵۰۷ سازمان هدف اجتماعی US، از چهاربعد بعد SEO شامل نوآورانگی، کنشگرانگی و مدیریت ریسک، جهت‌گیری مؤثر استفاده شده است. نتایج نشان داد که روایی قانونی SEO تأثیر مثبت بر نوآوری اجتماعی دارد.

---

<sup>1</sup> Dwivedi & Weerawardena

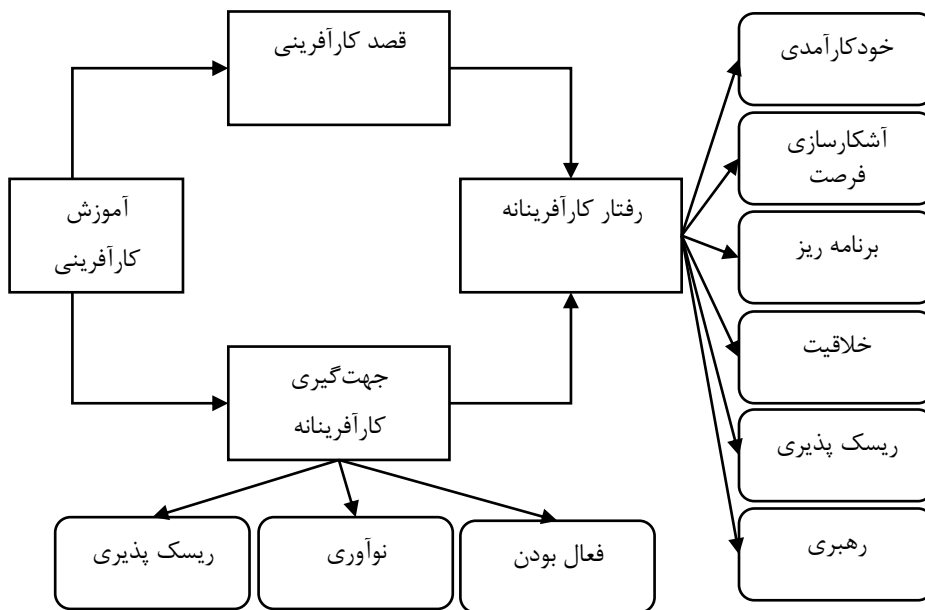
آدوماکو<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۸) پژوهشی تحت عنوان رفتار بداهه کارآفرینان و عملکرد جدید سرمایه‌گذاری: احتمال وقوع در سطح سازمانی و نهادی انجام دادند. علیرغم تحقیقات در حال رشد در مورد تاثیر رفتارهای بداهه کارآفرینان بر نتایج سازمان، درک محدودی از شرایط خاص شرکت و شرایط سازمانی وجود دارد که رفتارهای بداهه کارآفرینان می‌تواند به طور موثر موفقیت‌آمیز فعالیت‌های جدید را به خطر بیندازد. این مقاله به پرکردن این شکاف با بررسی اثرات تعدیل‌کننده توانایی منابع مالی و پشتیبانی نهادی در رابطه بین رفتار بداهه کارآفرینان و عملکرد جدید سرمایه‌گذاری کمک می‌کند. مدل نظری این مطالعه، با استفاده از تحلیل عامل تایید و رگرسیون سلسله‌مراتبی بر روی داده‌های اولیه حاصل از ۳۹۵ سرمایه‌گذاری جدید در غنا اعتبارسنجی شده است. نتایج حاکی از تأثیر قابل ملاحظه‌ای مثبت توانمندی منابع مالی بر رابطه بین عملکرد کارآفرینانه و نوآوری سرمایه‌گذاری جدید است. علاوه بر این، یافته‌ها نشان می‌دهد که اثربخشی رفتار بداهه در پیشبرد موفقیت شرکت بستگی به سطح پشتیبانی نهادی دارد.

#### مدل مفهومی پژوهش

در پژوهش حاضر با توجه به مطالعات صورت گرفته به تکمیل مدل پژوهشی گیوری و همکاران (۲۰۲۰) با توجه به پژوهش بوبکر و همکاران (۲۰۲۲) پرداخته شده است. در شکل (۱) مدل مفهومی پژوهش نشان داده شده است.

---

<sup>1</sup> Adomako



شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش اقتباس شده از گیوری و همکاران (۲۰۲۰) و بوبکر و همکاران (۲۰۲۲)

با توجه به مدل مفهومی پژوهش فرضیه‌های زیر بیان می‌گردد:

- ۱) آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی تأثیر معناداری دارد.
- ۲) آموزش کارآفرینی بر جهت‌گیری کارآفرینانه تأثیر معناداری دارد.
- ۳) قصد کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه تأثیر معناداری دارد.
- ۴) جهت‌گیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه تأثیر معناداری دارد.
- ۵) قصد کارآفرینی رابطه بین آموزش کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه را میانجی‌گری می‌کند.
- ۶) جهت‌گیری کارآفرینانه رابطه بین آموزش کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه را میانجی‌گری می‌کند.

### ۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل کارکنان شرکت‌های دانش بنیان مستقر در مراکز

رشد دانشگاه فردوسی مشهد است؛ با استفاده از جدول مورگان نمونه‌ای با حجم ۲۰۰ نفر و به صورت نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات، از چهار پرسشنامه جهت‌گیری کارآفرینانه بولتون و لین<sup>۱</sup> (۲۰۱۲)، قصد کارآفرینی لینان و چن<sup>۲</sup> (۲۰۰۹)، رفتار کارآفرینانه اسشمیدت<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۸) و آموزش کارآفرینی بوبکر و همکاران (۲۰۲۲) استفاده شده است. جهت تعیین پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب استفاده می‌شود. این ضرایب بین ۰ تا ۱ تغییر می‌کند و مقادیر بالای ۰/۷ این ضریب بیانگر، پایایی مطلوب است با توجه به اینکه ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب در تمامی متغیرهای پرسشنامه بالای ۰/۷ هستند؛ بنابراین می‌توان گفت پرسشنامه از پایایی خوبی برخوردار است. برای سنجش روایی محتوایی از شاخص CVR استفاده شده است که با توجه به عدد بدست آمده ۱، که بالاتر از ۰/۹۹ است؛ نشان‌دهنده روایی محتوایی خوب پرسشنامه است. در نهایت به منظور تجزیه و تحلیل درست داده‌های بدست آمده از نرم‌افزارهای SPSS 25<sup>۴</sup> و PLS<sub>3</sub><sup>۵</sup> استفاده شده است.

#### ۴- یافته‌های پژوهش

##### آمار توصیفی متغیرهای جمعیت‌شناختی پژوهش

در جدول (۱) متغیرهای جمعیت‌شناختی پژوهش شامل جنسیت، سن و تحصیلات بیان شده است.

---

<sup>1</sup> Bolton and Lane

<sup>2</sup> Liñán and Chen

<sup>3</sup> Schmidt

<sup>4</sup> Stastical Package for Social Sciences

<sup>5</sup> Partial Least Square

جدول (۱): متغیرهای جمعیت شناختی پژوهش

درصد فراوانی	فراوانی		
٪ ۷۵	۱۵۰	مرد	جنسیت
٪ ۲۵	۵۰	زن	
٪ ۱۵	۳۰	سال ۳۰-۲۰	سن
٪ ۵۰	۱۰۰	سال ۴۰-۳۱	
٪ ۳۰	۶۰	سال ۵۰ تا ۴۱	
٪ ۵	۱۰	بیشتر از ۵۱ سال	
-	-	کاردانی	تحصیلات
٪ ۷/۵	۱۵	کارشناسی	
٪ ۵۰	۱۰۰	کارشناسی ارشد	
٪ ۳۷/۵	۷۵	دکتر	

نتایج جدول شماره ۱ نشان می‌دهد که بیشتر پاسخ‌دهندگان گروه نمونه را مردان (۷۵٪) تشکیل داده‌اند. همچنین بیشتر پاسخ‌دهندگان در رده سنی ۳۱-۴۰ سال (۵۰٪) و دارای تحصیلات کارشناسی ارشد (۵۰٪) بوده‌اند.

#### آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

در مرحله بعد شاخص‌های آمار توصیفی متغیرها و سپس نتایج آمار استنباطی ارائه می‌شود. شاخص‌های توصیفی مربوط به هریک از متغیرهای پژوهش در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول (۲): شاخص‌های توصیف داده‌ها برای متغیرها

متغیر	ابعاد	میانگین	انحراف معیار	مینیمم	ماکزیمم
جهت‌گیری کارآفرینانه	ریسک‌پذیری	۴/۱۲	۰/۸۱	۱/۲۰	۵
	نوآوری	۳/۵۲	۱/۲۱۵	۱	۵
	فعال بودن	۴/۱۳	۱/۱۰	۱	۵
رفتار کارآفرینانه	خودکارآمدی	۳/۱۵	۰/۹۰	۱	۵
	آشکارسازی فرصت	۳/۳۹	۰/۹۹۲	۱	۵
	برنامه ریز	۳/۸۷	۰/۸۶۳	۱/۶۰	۵
	خلاقیت	۴/۰۴	۰/۸۳۴	۱	۵

متغیر	ابعاد	میانگین	انحراف معیار	مینیمم	ماکزیمم
ریسک پذیری		۳/۹۸	۰/۹۴۹	۱/۳۳	۵
رهبری		۳/۶۳	۱/۱۶۰	۱	۵
آموزش کارآفرینی		۴/۲۳	۱/۰۵۶	۱	۵
قصد کارآفرینی		۳/۷۷	۰/۷۹۶	۱/۱۴	۵

با توجه به میانگین بدست آمده برای هر یک از متغیرهای پژوهش مشخص گردید که اکثر پاسخ دهندگان گزینه موافقم و خیلی موافقم را در پرسشنامه انتخاب کرده‌اند.

#### برازش مدل اندازه‌گیری

در پژوهش حاضر، با استفاده از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی از طریق نرم‌افزار Smart PLS، فرضیات پژوهش مورد آزمون قرار می‌گیرند. قبل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، بایستی بررسی برازش مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی مورد بررسی قرارگیرد. جدول (۳) شاخص‌های مدل اندازه‌گیری را نشان می‌دهد:

جدول (۳): شاخص‌های مدل اندازه‌گیری

متغیر	ابعاد	سوالات	بار عاملی	آماره t	AVE	CR	Alpha
آموزش کارآفرینی		سوال ۱	۰/۷۷۰	۲۱/۵۲۴	۰/۵۶۵	۰/۷۹۶	۰/۷۹۵
		سوال ۲	۰/۷۹۷	۳۷/۵۲۶			
		سوال ۳	۰/۷۱۲	۱۹/۹۲۹			
		سوال ۴	۰/۴۰۰	۵/۰۳۲			
		سوال ۵	۰/۷۴۳	۲۵/۵۲۷			
		سوال ۶	۰/۶۴۹	۱۸/۷۹۶			
قصد کارآفرینی		سوال ۷	۱/۸۳۸	۷۵/۹۷۵	۰/۷۶۶	۰/۸۰۲	۰/۸۰۳
		سوال ۸	۰/۷۹۱	۴۳/۳۴۵			
		سوال ۹	۰/۸۳۶	۴۱/۱۵۲			
		سوال ۱۰	۰/۷۸۶	۲۹/۸۰۲			

متغیر	ابعاد	سوالات	بار عاملی	آماره t	AVE	CR	Alpha
جهت-گیری کارآفرینانه	فعال بودن	سوال ۱۱	۰/۸۴۷	۶۹/۸۱۳	۰/۶۴۲	۰/۹۳۴	۰/۹۳۴
		سوال ۱۲	۰/۷۸۴	۴۰/۷۸۳			
		سوال ۱۳	۰/۵۲۳	۲۹/۲۰۶			
	نوآوری	سوال ۱۴	۰/۵۳۶	۱۱/۸۴۴			
		سوال ۱۵	۰/۹۴۲	۱۶۲/۲۷۵			
		سوال ۱۶	۰/۸۲۹	۲۹/۴۵۹			
		سوال ۱۷	۰/۷۹۹	۵۷/۶۳۸			
	ریسک پذیری	سوال ۱۸	۰/۶۸۴	۱۵/۷۹۷			
		سوال ۱۹	۰/۶۶۱	۱۵/۱۲۹			
		سوال ۲۰	۰/۸۲۹	۴۰/۸۵۲			
رفتار کارآفرینانه	خودکارآمدی	سوال ۲۱	۰/۷۹۷	۳۸/۱۰۵	۰/۶۷۳	۰/۸۶۰	۰/۸۵۸
		سوال ۲۲	۰/۹۲۸	۱۱۰/۴۰۴			
		سوال ۲۳	۰/۹۹۷	۱۱۱/۴۷۰			
	آشکارسازی فرصت	سوال ۲۴	۰/۷۴۰	۲۱/۵۷۳			
		سوال ۲۵	۰/۸۶۹	۵۷/۷۸۴			
		سوال ۲۶	۰/۶۹۶	۱۹/۴۲۹			
	برنامه ریز	سوال ۲۷	۰/۸۸۵	۶۲/۲۲۷			
		سوال ۲۸	۰/۹۱۹	۱۵۹/۰۲۷			
		سوال ۲۹	۰/۸۰۰	۳۸/۳۰۲			
		سوال ۳۰	۰/۹۱۲	۷۰/۵۸۵			
تداوم رهبری	خلاقیات	سوال ۳۱	۰/۸۵۳	۵۱/۳۵۷			
		سوال ۳۲	۰/۹۳۸	۱۱۹/۹۱۶			
		سوال ۳۳	۰/۵۹۰	۱۰/۹۹۷			
تداوم رهبری	تداوم	سوال ۳۴	۰/۸۹۵	۵۹/۱۶۳			
		سوال ۳۵	۰/۹۰۰	۲۳/۷۷۰			
		سوال ۳۶	۰/۹۰۶	۹۵/۶۴۹			
		سوال ۳۷	۰/۸۷۳	۴۲/۳۴۶			

نتایج جدول (۳) نشان می‌دهد که بیشتر بارهای عاملی به عدد ۱ نزدیک می‌باشد و کلیه اطلاعات بدست آمده از آماره T بالاتر از عدد ۱/۹۶ می‌باشد که نشان‌دهنده تأیید

کلیه سوالات پژوهش جهت سنجش متغیرهای پژوهش می‌باشد. مقدار آلفای کرونیباخ بالاتر از ۰/۷ است که نشان می‌دهد پرسشنامه دارای پایایی مناسب برای سنجش متغیرهای پژوهش می‌باشد. پایایی ترکیبی (CR) در صورتی که برای هر سازه بالای ۰/۷ شود، نشان از پایایی درونی مناسب برای مدل‌های اندازه‌گیری دارد و مقدار کمتر از ۰/۶ عدم وجود پایایی را نشان می‌دهد. با توجه به مقادیر بدست آمده می‌توان بیان نمود که پایایی ترکیبی در ۴ متغیر پژوهش در سطح مطلوبی قرار دارد. روایی همگرا که به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سؤالات (شاخص‌ها) خود می‌پردازد نشان می‌دهد که هرچه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر است. اگر معیار میانگین واریانس استخراج شده برای یک متغیر پایین‌تر از ۰/۵ بود باید سؤالی را که کمترین بار عاملی را دارد، حذف نمود. در جدول (۳) با توجه به اینکه مقدار AVE برای همه متغیرها از عدد ۰/۵ بیشتر است، بنابراین روایی همگرا وجود دارد. یکی از روش‌های بررسی روایی واگرا آزمون فورنل- لاکر است. جدول (۴) نتایج بدست آمده برای ابعاد مدل پژوهش را نتایج جدول حاکی از آن است که سازه‌ها کاملاً از هم جدا می‌باشند؛ یعنی مقادیر قطر اصلی برای هر متغیر پنهان از همبستگی آن بعد با سایر بعدهای پنهان انعکاسی موجود در مدل بیشتر است.

جدول (۴): روایی واگرا آزمون فورنل- لاکر

نوآوری	قصد کارآفرینی	فعال بودن	ریسک پذیری	رهبری	رفتار کارآفرینانه	خودکارآمدی	خلاقیت	جهت‌گیری کارآفرینانه	تداوم	برنامه ریز	آموزش کارآفرینی	آشکارسازی فرصت	
												۰/۷۶۹	آشکارسازی فرصت
												۰/۶۹۲	آموزش کارآفرینی
									۰/۸۶۹	۰/۵۴۶	۰/۷۲۴		برنامه ریز
									۰/۷۷۰	۰/۳۴۹	۰/۴۹۳	۰/۴۴۸	تداوم
									۰/۶۸۵	۰/۵۲۱	۰/۷۰۸	۰/۷۹۳	جهت‌گیری کارآفرینانه
									۰/۹۰۱	۰/۷۱۲	۰/۵۹۶	۰/۷۴۱	خلاقیت



نوآوری	قصد کارآفرینی	فعال بودن	ریسک پذیری	رهبری	رفتار کارآفرینانه	خودکارآمدی	خلاقیت	جهت‌گیری کارآفرینانه	تداوم	برنامه ریز	آموزش کارآفرینی	آشکارسازی فرصت
۰/۱۷۵۷	۰/۱۶۱۲	۰/۱۶۸۰	۰/۱۶۱۵	۰/۱۸۰۳	۰/۱۶۹۲	۰/۱۸۷۵						
۰/۱۸۲۵	۰/۱۶۷۷	۰/۱۸۵۹	۰/۱۶۹۰	۰/۱۸۳۶	۰/۱۸۸۱	۰/۱۸۹۱	۰/۱۶۸۰					
۰/۱۲۸۰	۰/۱۹۱۱	۰/۱۴۳۶	۰/۴۱۷	۰/۳۰۱	۰/۴۲۰	۰/۵۳۸	۰/۱۸۸۹					
۰/۱۶۴۵	۰/۱۶۸۷	۰/۱۵۸۲	۰/۱۵۶۸	۰/۱۸۹۳	۰/۱۶۲۳	۰/۱۷۷۰	۰/۳۱۷	۰/۷۴۴				
۰/۱۸۰۱	۰/۱۶۸۲	۰/۱۶۷۷	۰/۱۳۹۰	۰/۱۸۱۷	۰/۱۵۲۷	۰/۱۶۱۶	۰/۱۶۸۸	۰/۱۸۱۹	۰/۱۵۲۸	۰/۲۱۶		
۰/۱۶۲۸	۰/۱۷۸۳	۰/۱۵۰۲	۰/۴۲۵	۰/۷۷۰	۰/۴۸۳	۰/۱۶۲۳	۰/۱۶۱۰	۰/۱۸۱۳	۰/۷۹۴	۰/۱۶۱۰	۰/۱۰۸۶	
۰/۱۶۴۲	۰/۱۷۳۱	۰/۱۶۲۲	۰/۴۹۶	۰/۹۳۷	۰/۱۷۲۴	۰/۱۷۲۷	۰/۲۴۷	۰/۱۷۸۸	۰/۱۶۵۲	۰/۱۶۸۱	۰/۱۸۰۰	

### برازش مدل ساختاری

جدول (۵) شاخص‌های برازش مدل را نشان می‌دهد. با توجه به این نکته که متغیر آموزش کارآفرینی متغیر مستقل می‌باشند؛ لذا برای آن‌ها مقادیر ضریب تبیین تعریف نمی‌گردد.

جدول (۵): برازش کلی مدل (GOF)

متغیر	ضریب تعیین ( $R^2$ )	$Q^2$
جهت‌گیری کارآفرینانه	۰/۶۲۹	۰/۲۷۵
رفتار کارآفرینانه	۰/۷۰۱	۰/۳۷۱
قصد کارآفرینی	۰/۶۱۴	۰/۲۴۸

برازش مدل ساختاری نیز به وسیله‌ی شاخص‌های ضریب تعیین، ضریب تعیین تعدیل شده و  $Q^2$  انجام می‌شود. چین (۱۹۹۸)، سه مقدار  $0/19$ ،  $0/33$  و  $0/67$  را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی  $R^2$  معرفی می‌کند. با توجه به مقادیر بدست آمده در جدول (۵) مشخص گردید مدل از برازش مناسبی برخوردار است. در مرحله بعد برازش کل مدل محاسبه می‌گردد.

### برازش مدل کلی

در جدول (۶) شاخص نیکویی برازش مربوط به مدل مفهومی پژوهش، ارائه شده است.

مدل کلی شامل هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری می‌شود و با تأیید برازش آن، بررسی برازش در یک مدل کامل می‌شود. در این پژوهش برای برازش مدل از شاخص GOF استفاده شده است:

$$GOF = \sqrt{\text{Communalities} \times R^2}$$

با توجه به این نکته که متغیر آموزش کارآفرینی متغیر مستقل می‌باشند؛ لذا برای آن‌ها مقادیر ضریب تبیین تعریف نمی‌گردد.

جدول (۶): برازش کلی مدل (GOF)

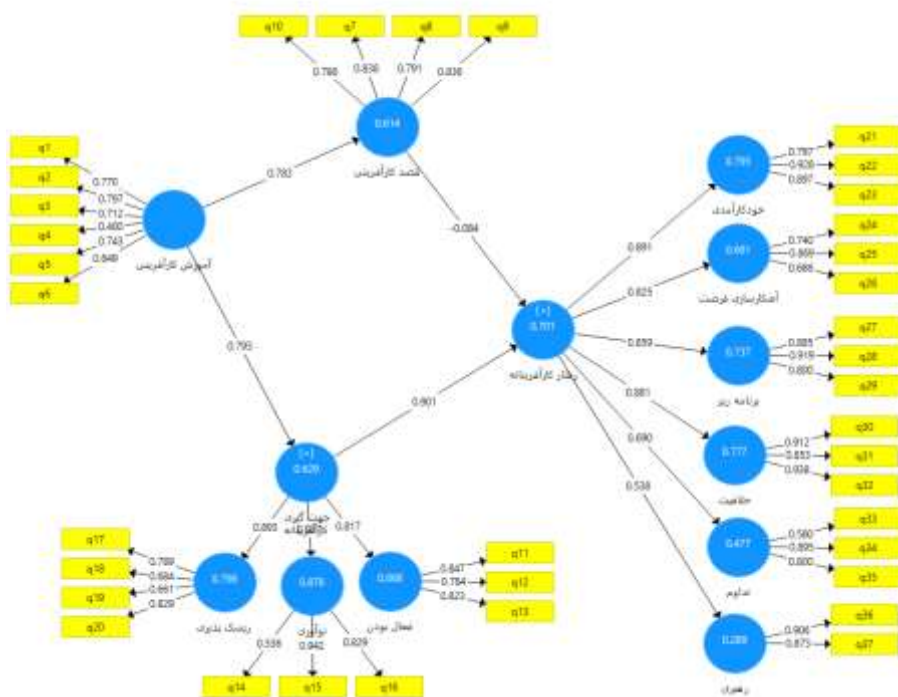
مقادیر اشتراکی	ضریب تبیین	متغیر
۰/۶۰۸	۰/۶۲۹	جهت‌گیری کارآفرینانه
۰/۷۱۴	۰/۷۰۱	رفتار کارآفرینانه
۰/۴۷۸	-	آموزش کارآفرینی
۰/۶۶۱	۰/۶۱۴	قصد کارآفرینی
۰/۶۱۵	۰/۶۴۸	میانگین
۰/۶۳۱		GOF

با توجه به سه مقدار، ضعیف: اگر بین ۰/۱ تا ۰/۲۵ باشد. متوسط: اگر بین ۰/۲۵ تا ۰/۳۶ باشد. و قوی اگر از ۰/۳۶ بیشتر باشد (وتزل و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). حصول مقدار ۰/۶۳۱ برای این معیار نشان از برازش مناسب مدل کلی تحقیق می‌باشد.

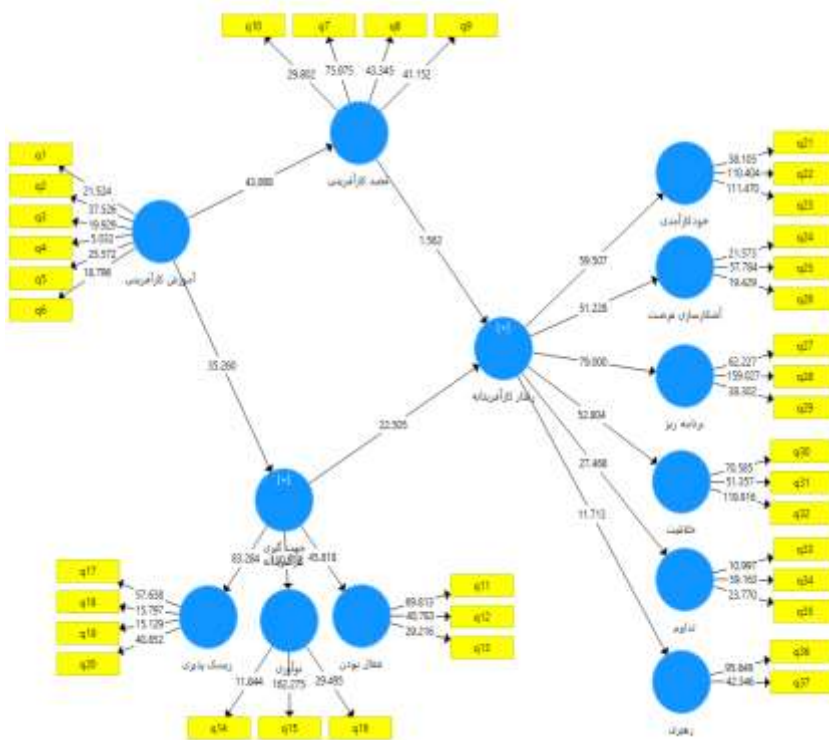
#### آزمون فرضیه‌های پژوهش

در ادامه، فرضیه‌های پژوهش مورد آزمون قرار گرفته‌اند. اگر ضریب مسیر معنادار باشد، نشان‌دهنده‌ی بزرگی جهت علامت ضریب بتای مدل است. اگر مقدار آماره‌ی تی در سطح اطمینان ۹۵٪ در بازه‌ی بیشتر از مقدار آستانه ۱/۹۶ باشد، می‌توان گفت که آن رابطه تأیید شده است. همچنین برای تأیید روابط یا فرضیه‌ها در سطح اطمینانی ۹۹٪ و ۹۹۹٪ باشد. شکل (۲) مدل در حالت ضرایب استاندارد و شکل (۳) مقدار آماره‌ی تی و را برای متغیرهای این پژوهش نشان می‌دهد:

<sup>۱</sup> Wetzels



شکل (۲): مدل در حالت ضرایب استاندارد



شکل (۳): معناداری ضرایب مسیر (آماره‌ی T)

بر اساس خروجی نرم‌افزار Smart PLS، نتیجه آزمون فرضیه‌های پژوهش در جدول (۷) آورده شده است:

جدول (۷): نتیجه آزمون فرضیه‌های پژوهش

ردیف	فرضیه‌ها	ضریب مسیر	میانگین	انحراف استاندارد	معناداری (آماره‌ی t)	Z	نتیجه
۱	آموزش کارآفرینی ← قصد کارآفرینی	۰/۷۸۳	۰/۷۸۶	۰/۰۱۸	۴۳/۸۹۸	۰/۰۰۰	تایید
۲	آموزش کارآفرینی ← جهت‌گیری کارآفرینانه	۰/۷۹۳	۰/۷۹۴	۰/۰۲۲	۳۵/۲۶۰	۰/۰۰۰	تایید
۳	قصد کارآفرینی ← رفتار کارآفرینانه	-۰/۰۸۴	۰/۰۸۲	۰/۰۵۴	۱/۵۶۲	۰/۱۱۹	عدم تایید
۴	جهت‌گیری کارآفرینانه ← رفتار کارآفرینانه	۰/۹۰۱	۰/۹۰۰	۰/۰۴۰	۲۲/۵۰۵	۰/۰۰۰	تایید

ردیف	فرضیه‌ها	ضریب مسیر	میانگین استاندارد	انحراف استاندارد	معناداری (آماره t)	Z	نتیجه
۵	آموزش کارآفرینی ← قصد کارآفرینی ← رفتار کارآفرینانه	-۰/۰۶۶	-۰/۰۶۵	۰/۰۴۲	۱/۵۶۰	۰/۱۱۹	عدم تایید
۶	آموزش کارآفرینی ← جهت‌گیری کارآفرینانه ← رفتار کارآفرینانه	۰/۷۱۴	۰/۷۱۵	۰/۰۴۶	۱۵/۵۸۴	۰/۰۰۰	تایید

با توجه به نتایج به دست آمده مشخص گردید که از میان مؤلفه‌های موجود آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی با ضریب مسیر (۰/۷۸۳) و آماره تی (۴۳/۸۹۸) و جهت‌گیری کارآفرینانه با ضریب مسیر (۰/۷۹۳) و آماره تی (۳۵/۲۶۰) تأثیر مثبت و مستقیم دارد؛ قصد کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه با ضریب مسیر (۰/۰۸۴) و آماره تی (۱/۵۶۲) تأثیری ندارد، همچنین جهت‌گیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه با ضریب مسیر (۰/۹۰۱) و آماره تی (۲۲/۵۰۵) تأثیر مثبت و مستقیم دارد. این متغیر نیز به عنوان یک متغیر میانجی رابطه میان آموزش کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه را نیز میانجی‌گری می‌کند.

#### ۵- نتایج و بحث

بررسی و شناخت عوامل مؤثر بر قصد کارآفرینی در جهت ایجاد رفتارهای کارآفرینانه توجه ویژه‌ای می‌طلبد و نیازمند حرکت در مسیر اصلی در جهت کاهش بیکاری و خوداشتغالی و ایجاد بنگاه‌های اقتصادی است که در این میان نقش جهت‌گیری کارآفرینانه می‌تواند برجسته و مهم باشد. لذا هدف پژوهش حاضر تأثیر آموزش کارآفرینی مبتنی بر عمل بر رفتار کارآفرینانه با توجه به نقش میانجی قصد کارآفرینی و جهت‌گیری کارآفرینانه می‌باشد. در تحقیقات ننه (۲۰۱۹) به وضوح نشان داده شد که صفت و شخصیت فعال و نگرش به یادگیری به عنوان پیش‌بینی کننده‌ترین عوامل برای رفتار کارآفرینانه می‌باشد. بنابراین، در هسته اصلی جهت‌گیری کارآفرینی، نوآوری، تحریک‌پذیری و رفتار ریسک‌پذیر است که توسط تیم مدیریتی برتر به عنوان عوامل تعیین‌کننده استراتژی رقابتی توسعه یافته و هدایت می‌شوند و جنبه‌های ابتکاری، فعال

بودن و ریسک‌پذیری باعث افزایش اعتماد به نفس افراد در دستیابی به نتایج مطلوب از طریق فعالیت‌های اقتصادی می‌شود. در نتیجه، سطح بالاتری از جهت‌گیری کارآفرینی باعث افزایش ارتباطات مربوط به فرصت‌های تجاری با فعالیت‌های ایجاد ارزش می‌شود. در مقابل، سطح پایین‌تر جهت‌گیری کارآفرینی باعث کاهش ارتباطات با فعالیت‌های ایجاد ارزش می‌شود. به طور کل کارآفرینی به عنوان مهمترین فعالیت اقتصادی برای توسعه اقتصاد در نظر گرفته می‌شود و در این عصر جهانی شدن و رقابت‌های شدید، هدف و جهت‌گیری کارآفرینی نقش مهمی در توسعه فعالیت و رفتارهای کارآفرینی در یک کشور ایفا می‌کند. با توجه به آنکه در نتایج بدست آمده مشخص گردید که قصد کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینانه تأثیری ندارد. و حتی با اضافه نمودن متغیر دیگری مانند آموزش کارآفرینانه رابطه بین متغیر آموزش کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه را هم میانجی‌گری نمی‌کند. می‌توان چنین استنباط نمود که شاید درک و احساس بر قصد کارآفرینانه تأثیرگذار باشد اما این دلیل کافی برای بروز رفتارهای کارآفرینانه نخواهد بود زیرا برای تحقق این امر لازم است افراد با کنترل رفتاری ادراک شده قوی‌تر احساس مسئولیت‌پذیری بالایی داشته و تکلیف و وظیفه‌های محول شده را با پشتکار بهتری انجام دهد. بنابراین افراد می‌توانند با نشان دادن درک مثبت پیرامون توانایی‌ها اعتماد به نفس و اراده خود را قوی‌تری کنند و در این صورت می‌توان انتظار داشت که هر اندازه فرد دارای باورهای قویتر برای کارآفرینی و راه اندازی یک کسب و کار جدید باشد، دارای انگیزه بیشتری بوده و در نتیجه قصد محکم‌تر و پایدارتری نیز خواهد داشت و به خوبی می‌توانند رفتار خود را در راستای رسیدن به هدف‌های از پیش تعیین شده برای دستیابی به میزان عملکرد بالا تنظیم کنند. قصد کارآفرینی تحت تأثیر ویژگی‌های شخصیتی و آموزش در توسعه کیفیت آموزش قرار دارد. از سوی دیگر رفتار کارآفرینی که به عنوان منبع اصلی مزیت رقابتی است، تحت تأثیر آموزش و یادگیری، منابع، زیرساخت، رویکردهای چندرشته‌ای، ذینفعان و فرهنگ است. به این ترتیب رفتارهای کارآفرینان شامل شناسایی سیاست‌هایی است که می‌تواند

افراد را تحت تأثیر قرار دهد تا بتوانند افراد را به سمت ایجاد مشاغل جدید سوق دهد. با این حال، اهداف رفتاری همیشه به رفتار واقعی منتهی نمی‌شود، بنابراین توجه بویژه به رفتار کارآفرینی در زمینه‌های خاص ضروری است. نتایج پژوهش حاضر هم‌راستا با پژوهش پیوا (۲۰۱۸) می‌باشد زیرا پیوا ادعا کرده است که جهت‌گیری کارآفرینانه بر رفتارهای اختصاصی کارآفرینان مؤثر است همانطور که در پژوهش حاضر نیز این رابطه تایید گردیده است، اما در پژوهش یی (۲۰۲۰) مشخص گردید که قصد کارآفرینی تأثیر مثبتی بر رفتار کارآفرینی دارد و در پژوهش گیوری و همکاران (۲۰۲۰) نیز بیان شد قصد کارآفرینی به صورت مستقیم بر رفتار کارآفرینی تأثیر دارد که این تأثیرگذاری در پژوهش حاضر رد گردیده است از این‌رو می‌توان نتیجه بدست آمده از پژوهش یی و گیوری و همکاران را مغایر با پژوهش حاضر دانست.

با توجه به هدف تحقیق پیشنهاد می‌شود، منابع کارآفرینی تامین و انکوباتورهای کارآفرینی تقویت گردند. کارآفرینی رقابتی باید یادگیری سنتی و تجربی را در هم آمیزد که به فراگیران فرصت یادگیری برای انجام را فراهم کند. اجرای آموزش کارآفرینی با ادغام آموزش شناختی و رفتاری محور، تقویت محیط با ادغام سیستم پشتیبانی کارآفرینی دانشگاه و پشتیبانی نهاد خارجی می‌تواند مؤثر باشد. استفاده از فرصت کارآفرینی بر اساس تدریس کلاس درس مبتنی بر تئوری به کارآفرینی واقع بینانه منجر نخواهد شد آموزش کارآفرینی با توجه به ارزشهای اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی افراد از طریق یادگیری عملی تقویت شود. کارآفرینی بر مبنای یادگیری فعالی یادگیرندگان انجام شود تا بتوان صلاحیت افراد و اعتماد به نفس در مهارت‌ها را توسعه داد. با این حال پژوه پیش‌رو دارای محدودیت‌هایی از قبیل محدودیت زمانی و محدودیت بالذات پرسشنامه نیز بوده است.

### فهرست منابع

- امامی، امیر (۱۳۹۸). "علل تأثیرگذار در انتقال قصد به عمل در خلق ارزش کارآفرینانه"، توسعه کارآفرینی، ۱۲(۳)، ۳۲۱-۳۳۹.
- جامه بزرگی، محمدجواد؛ میگون پوری، محمدرضا (۱۴۰۰). "فرهنگ اکوسیستم کارآفرینی دانشگاهی، پیشران توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی"، مدیریت فرهنگی، ۴(۵۱)، ۴۵-۵۷.
- رضائی، روح‌اله؛ شرفی، لیلا؛ نجفلو، پریرسا؛ گلباز، شیرین (۱۳۹۶). "عوامل‌های تأثیرگذار بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کارشناسی ارشد کشاورزی دانشگاه زنجان با تأکید بر اثر میانجی نگرش نسبت به رفتار کارآفرینانه"، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۴۰، ۹۶-۱۱۱.
- صفری جعفرلو، حمیدرضا؛ قربانی، محمدحسین؛ زارعیان، حسین (۱۳۹۶). "مدل‌یابی تأثیر هوش معنوی و نگرش به کارآفرینی، بر قصد کارآفرینی در دانشجویان علوم ورزشی"، مطالعات مدیریت ورزشی، ۴۶، ۲۱۳-۲۳۰.
- ضمیر خورسندی، محمدباقر؛ محمد پورزند، محمد ابراهیم؛ مینویی، مهرزاد (۱۴۰۰). "مدل‌سازی ایجاد و توسعه نگرش کارآفرینانه در بازار سرمایه ایران"، فصلنامه اقتصاد مالی، ۳(۵۶)، ۲۴۳-۲۶۸.
- قناعتی، مهدی؛ نودهی، حسن؛ قدرتی، اکرم؛ جلالی فر، علی (۱۳۹۶). "تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی سبزوار"، مجله دانشگاه علوم پزشکی سبزوار، ۲۴(۵)، ۳۱۹-۳۲۵.
- گنجعلی، زکیه؛ باقری مجد، روح‌اله (۱۳۹۹). "تأثیر جهت‌گیری کارآفرینانه بر رفتار کارآفرینی با میانجی‌گری قصد کارآفرینی در دانشجویان مهندسی دانشگاه سیستان و بلوچستان"، توسعه کارآفرینی، ۱۳(۴)، ۵۲۱-۵۴۰.



مردانشاهی، محمد مهدی؛ آقاجانی، حسنعلی (۱۳۹۴). "نقش آموزش کارآفرینی بر افزایش خلاقیت دانشجویان"، *فصلنامه نوآوری و ارزش آفرینی*، ۴(۸)، ۳۳-۴۲.

نائیجی، محمدجواد؛ ابراهیمی، ابراهیم (۱۳۹۶). "بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر دستگاه فکری کارآفرینانه: نقش میانجی خلاقیت و هوشیاری کارآفرینانه"، *مدیریت نوآوری*، ۶(۱)، ۷۳-۱۰۰.

Adomako, S., Opoku, R., Frimpong, K., (2018), Entrepreneurs' improvisational behavior and new venture performance: Firm-level and institutional contingencies, *Journal of Business Research*, 83, 10-18.

Ahmadi Kafeshani A, Nazemi A. (2014), An investigation of the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial intention (Case study: Physical education undergraduate students of University of Tehran). *Sport Management*, 6(3).12-24.

Ayala, A. P., & Berumen, H. G. V. (2020). Evaluation of the influence that higher education boosts on students' entrepreneurial proclivity: Evidence from Mexico and Spain: Article 100404. *The international journal of management education*, 18(3), 1-21.

Barani S, Zarafshani K, Delangizan S, Hosseini Largani M. (2010), The influence of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior of college students in Kermanshah's Payam-Noor University: structural equation modeling approach. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 16(3): 85-105.

Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European research on management and business economics*, 24(1), 53-61.

Bolton, D. L., & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument. *Education+ Training*, 54(3), 219-233.

Boubker, O., Naoui, K., Ouajdouni, A., & Arroud, M. (2022). The effect of action-based entrepreneurship education on intention to become an entrepreneur. *MethodsX*, 9, 101657.

Conference on Employment and Higher Education System. Tehran: Jihade Daneshgahi Publications. *The Unit of Tarbiat Modarres University*, P. 354 (in Persian)

Dwivedi, A., Weerawardena, J., (2018), Conceptualizing and operationalizing the social entrepreneurship construct, *Journal of Business Research*, 86, 32-40.

Ferreira, J. J., Raposo, M. L., Rodrigues, R. G., Dinis, A., & Paço, A. D. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 424-440.

Galindo-Martín, M. Á., Castaño-Martínez, M. S., & Méndez-Picazo, M. T. (2021). Effects of the pandemic crisis on entrepreneurship and sustainable development. *Journal of Business Research*, 137, 345-353.

Gieure, C., del Mar Benavides-Espinosa, M., & Roig-Dobón, S. (2020). The entrepreneurial process: The link between intentions and behavior. *Journal of Business Research*, 112, 541-548.

Kasarda, J. (1992). *The state of the art of entrepreneurship*. Boston: PWS-K Ent Publishing Co.

Kordaej, A., & Shams, Sh. (2005). *The role of higher education in entrepreneurship development and job creation in the country*. First

Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business* 3(1), pp.11-35.

Liñán, F., Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617.

McAdam M., Cunningham J.A. (2019) *Entrepreneurial Behavior: A Research Outlook*. In: McAdam M., Cunningham J. (eds) *Entrepreneurial behavioubr*. Palgrave Macmillan, Cham, 1-13.

Mellor, R., Coulton, G., Chick, A., Bifulco, A., Mellor, N., & Fisher, A. (2009). *Entrepreneurship for Everyone*. London: SAGE Publications.

Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial alertness to entrepreneurial behavior: The role of trait competitiveness and proactive personality. *Personality and Individual Differences, 138*, 273-279.

Norris F. Krueger, Jr. (2007). What Lies Beneath? The Experiential Essence of Entrepreneurial Thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, 1: pp. 123-138

Piva, E. (2018). Time allocation behaviours of entrepreneurs: the impact of individual entrepreneurial orientation. *Economia e Politica Industriale, 45(4)*, 493-518.

Pooja, P., Patel, M. M., Badodia, S. K., & Prabhakar, S. (2014). Entrepreneurial behaviour of dairy farmers. *Indian Research Journal of Extension Education, 14(2)*, 46-49.

Rathod, P. K., Nikam, T. R., Sariput, L., & Amit, H. (2012). Entrepreneurial behavior of dairy farmers in Western Maharashtra, India. *International Journal of Commerce and Business Management, 5(2)*, 115-121

Saptono, A., Wibowo, A., Widyastuti, U., Narmaditya, B. S., & Yanto, H. (2021). Entrepreneurial self-efficacy among elementary students: the role of entrepreneurship education. *Heliyon, 7(9)*, e07995.

Schmidt, S., Bohnenberger, M. C., Panizzon, M., Marcon, S. R. A., Toivonen, E., & Lampinen, M. (2018). Students' entrepreneurial behaviour: An eight-construct scale validation. *International Journal of Entrepreneurship, 22(2)*,

Yi, G. (2021). From green entrepreneurial intentions to green entrepreneurial behaviors: The role of university entrepreneurial support and external institutional support. *International Entrepreneurship and Management Journal, 17(2)*, 963-979

Zahiri, M. (2007). Developing entrepreneurship in medical science universities. *Journal of Employment and Entrepreneurship, 5(17)*, 9-20 (in Persian).